

Bonus, parrainage...nouvelles mesures liberticides de
l'Autorité Nationale des Jeux

HARO SUR LES JEUX DE HASARD & D'ARGENT (II)

**DEUXIEME PARTIE = HARO SUR LES GRATIFICATIONS
FINANCIERES**

« D'abord reconsidérer les idées reçues. La 1^o est que tout joueur est un ludopathe en puissance qui ne sait ni se contrôler ni s'arrêter. JP Martignoni-Hutin souligne un peu plus loin l'étroitesse des personnes concernées et interrogent les causes dans des termes qui méritent attention. Admettons cependant un instant, quoi qu'il le mette en doute, que le jeu soit sérieusement addictif. Même dans ce cas, l'est-il plus que les autres plaisirs ? » (Guy CARCASSONNE (1), « De quelques mystères du jeu » 15-23 ; Pouvoirs, revue française d'études constitutionnelles et politiques, « les jeux d'argent », n°139, 2011, p.15-23, citation page 21) (2)

Concernant les jeux de hasard & d'argent autorisés sur internet et notamment les paris sportifs, l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ) dirigée par Isabelle FAULQUE PIERROTIN a publié une kyrielle de recommandations liberticides pour limiter, restreindre, interdire : offres de bienvenue, de parrainage, bonus et autres freebets (3) Le lecteur consultera également sur cette question : « L'Autorité nationale des jeux (ANJ) appelle les opérateurs français à faire preuve de responsabilité alors que la Coupe du Monde de Football se profile... » (sylvain Copier, Paris Turf, 27/10/2022,) ANNEXE 6 ; « L'ANJ recommande aux opérateurs d'éviter les bonus de bienvenue supérieurs à 100 euros (club poker 31/10 2022, super caddy) ANNEXE 5

Jean-Pierre G. MARTIGNONI-HUTIN

- Sociologue, université Lumière Lyon 2, Centre Max Weber(CMW) équipe TIPO, MSH, Lyon II, UMR 5283
- Président fondateur de l'Observatoire des Jeux avec Marc VALLEUR psychiatre Marmottan, Christian BUCHER psychiatre (L'ODJ a été installé à Bercy grâce au Sénateur François TRUCY sans ses fondateurs
- Chargé d'étude salarié à l'ARJEL (2011-2015) sous la Présidence de Jean François VILOTTE et de Charles COPPOLANI
- Membre suppléant et rapporteur à la Commission Nationale des Sanctions (CNS, Bercy) (2013-2018) sous la Présidence de François LAMY
- Expert dans l'expertise collective INSERM sur le jeu excessif sous la Présidence de Jeanne ETIEMBLE : « Jeux de hasard et d'argent : contextes et addictions (Paris, Les Éditions de l'Inserm, 2008, 479 p.)
- Auteur notamment de :
- **"Jeux, joueurs, espaces de jeu : le Course par Course du P.M.U."** (Ethnologie Française n° 4, octobre, décembre 1992, 472-489)
- **" Le jeu un moyen de faire de l'argent et une manière de faire avec l'existence "** (Les Cahiers Espaces n°38, Casinos & Tourisme, octobre 1994,136-144)
- **" Ethnosociologie des machines à sous : que le hasard vous serve mais préparez-vous à l'accueillir "** (Paris , L'Harmattan, mai 2000, collection Logiques Sociales, 220 p.)
- **" Prolifération des jeux d'argent, misère de la recherche "** (Les Échos , « le point de vue de JP Martignoni-Hutin », 25 Juin 2001,60)
- **« La nécessité d'une réelle politique des jeux »** (Les Échos 26,27décembre 2003, p.10, "Idées") tribune collective rédigée à l'initiative de JP Martignoni-Hutin (sociologue, Lyon) en collaboration avec Christian Bucher (psychiatre Strasbourg), Marc Valeur (psychiatre, directeur du centre médical Marmottan à Paris,), Matthieu Vincent Beustar (avocat Paris)
- **"Une sociologie du gambling contemporain", Pouvoirs, revue française d'études constitutionnelles et politiques, « les jeux d'argent », n°139, 2011, p.51-64.**
- **« Colloque sur les jeux de hasard et d'argent à l'Assemblée Nationale = L'État et les jeux, l'état du jeu »** (23/II/2018, 11 pages) lescasinos.org 23/11/2018) invité

au colloque organisé par Olga GIVERNET (députée REM Ain) Christophe BLANCHET (député REM Calvados) à l'Assemblée nationale salle Lamartine le 30 novembre 2018 = « Jeux d'argent : enjeux et avenir d'un secteur en évolution »

- **» L'addiction au jeu : une drôle de maladie qui a du mal à trouver ses malades** « (mars 2019, 4 pages) «([casino légal France](#) 29/3/2019)
- **Addiction au jeu : réalité médicale ou pathologisation d'un Fait Social ?** : (25 pages, janvier 2021) ([lescasinos.org](#) 22/I/2021)
- **UNAF, ANJ : Police des familles joueuses ?** = Une intrusion sociologique de l'UNAF et de l'ANJ dans la socialisation ludique primaire qui pose problème(avril 2021, 45 pages) ([lescasinos.org](#) 7/4/2021)
- **SCIENCES PO ET LES JEUX D'ARGENT : UNE PASSION FRANCAISE !** » :« Émile » - le magazine des sciences po - consacre son dernier numéro aux jeux de hasard : « Jeux d'argent : une passion française » (juillet 2021, 30 pages)
- **Mission Impossible pour Mission Patrimoine ? : L'ANJ censure le jeu Mission Patrimoine de la FDJ** : nouvelle dérive liberticide de l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ) concernant le jeu de la Française des jeux « MISSION PATRIMOINE » , cette loterie populaire qui vise à préserver le patrimoine français en finançant sa restauration dont la 5^o édition sera lancée en aout. Dans son collègue du 19 mai 2022 l'ANJ censure deux messages que la FDJ ne pourra plus mentionner sur les tickets de grattage et dans la communication commerciale qui accompagnent ce jeu. (juillet 2022, 14 pages)([LesCasinos.org](#) 6 juillet 2022)
- **« Le jeu excessif est-il une addiction ?**, [Sciences sociales et santé](#), 2022/2 (Vol. 40), p. 95-104. Juin 2022
- **« Les jeux d'argent en ligne baissent de 11% au premier semestre 2022** » : mais l'Autorité Nationale des Jeux sous la domination de la doxa du jeu pathologie maladie et d'associations moralistes anti jeu multiplie les mesures liberticides contre les jeux d'argent, contre les publicités pour les jeux et lance une campagne démagogique provocatrice contre les paris sportifs à l'approche de la coupe du monde de football au Qatar (novembre 2022, 36 pages)

Introduction

Les opérateurs de jeux d'argent , notamment ceux en concurrence sur internet, offrent logiquement différentes « gratifications » pour séduire de nouveaux joueurs, fidéliser la clientèle existante, éviter les phénomènes de « churn » (*change and turn*), diminuer le taux d'attrition (*churn rate*) - notion marketing désignant le pourcentage de clients perdus par rapport au nombre total de clients - récompenser les « bons » clients qui ponctuellement ou régulièrement jouent des sommes conséquentes et apportent une partie importante du chiffre d'affaire du *egambling*. Tout cela paraît normal. Ces actions commerciales de bon aloi existent depuis des lustres dans de nombreux autres secteurs économiques. Elles dynamisent la concurrence, l'a font exister. C'est l'un des principes d'une économie « libérale » qui laisse aux producteurs de biens et de services une certaine « liberté » pour informer le client, l'attirer et faire des affaires avec lui.

Dans le secteur des jeux nous trouvons ce genre d'opérations (bonus d'entrée, de fidélisation, politique du *free...*) notamment chez les opérateurs en concurrence sur internet qui exploitent poker, paris hippiques et sportifs. Si les 17 opérateurs autorisés par l'ANJ (annexe 2) offrent la même chose, au même prix - pire s'ils s'entendent entre-eux de manière illégale - ou est la concurrence voulue par la loi de 2011 autorisant les paris en ligne ? L'ANJ devrait se poser sereinement cette question, au moment où elle multiplie les contraintes qui ne peuvent que scléroser l'offre.

Favorables aux joueurs, ces bonus et autres offres de bienvenue promeuvent un consumérisme positif soucieux de la relation client. Certes nous sommes loin du client Roi mais pris en considération dans une relation gagnant/gagnant, les joueurs apprécient ces cadeaux « intéressés » Car ils ne sont pas dupes et savent très bien qu'il n'y a pas de repas gratuits (*There is non free lunch*)

Une multitude de de recommandations liberticides - complexes, pléthoriques, kafkaïennes - pour encadrer, limiter, restreindre offres de bienvenues, bonus...

Logiques dans une économie *libérale concurrentielle*, cette liberté d'attirer le client de différentes manières (publicité, offre promotionnelles...) permet aux opérateurs de se distinguer, de mettre en place des stratégies commerciales différenciées, d'animer la relation qu'ils souhaitent avoir avec leurs clients. Cette *liberté* apparaît donc fondamentale dans une économie *non dirigée*. Pas pour l'ANJ qui a présenté fin octobre 2022 une kyrielle de recommandations liberticides pour encadrer, limiter, restreindre offres de bienvenues, bonus et autres *freebets* (paris gratuits offerts dans le cadre d'offres promotionnelles)

Ces contraintes multiples, draconiennes vont pourrir la vie des opérateurs, notamment les 17 qui commercialisent des paris sportifs, c'est à dire la totalité d'entre eux ! (annexe 3) Ils risquent de réfléchir à deux fois avant d'offrir des cadeaux à leur clientèle.

Pour améliorer la transparence des offres commerciales comportant une gratification, l'ANJ demande dans un premier temps aux opérateurs de faire figurer sur le même support que l'offre « les informations substantielles nécessaires à sa bonne compréhension et dont l'absence pourrait tromper le consommateur » :

- « la durée de l'offre, lorsqu'elle n'est valable que temporairement ;
- si l'offre est gratuite ou si elle est soumise à un achat préalable ;
- la nature de la gratification (argent réel pouvant être retiré par le joueur, crédits de jeux devant être joués) ;
- l'étendue de la gratification, notamment si son montant est fixe ou en réalité variable ;
- les autres conditions nécessaires pour bénéficier de l'offre (faire un dépôt ou avoir perdu son pari). »

L'ANJ recommande par ailleurs aux opérateurs de :

- « Rédiger de façon lisible et compréhensible le règlement complet de l'offre de gratification financière et le mettre à disposition sur un support aisément accessible.
- D'illustrer par des exemples concrets les différentes hypothèses d'obtention de la gratification financière promise et les montants réels que le joueur peut espérer recevoir ;
- De proposer un outil de simulation permettant au joueur de cerner les hypothèses, conditions et modalités d'obtention de la gratification ainsi que son montant exact au regard, le cas échéant, de son niveau de mise. »

Ouf ! Ca fait déjà beaucoup de recommandations qui s'ajoutent aux multiples contraintes que subissent déjà les opérateurs. Mais le pointillisme de l'ANJ n'a pas de limite. Elle précise en lettres minuscules ce qu'il faut entendre par « informations substantielles : « la détermination des informations substantielles devant figurer sur le support d'une offre et l'appréciation du caractère éventuellement trompeur de leur omission doivent être réalisées en fonction des circonstances et en tenant compte des limites d'espace et de temps propres au moyen de communication utilisé, ainsi que

de toute mesure effectivement prise par l'opérateur pour mettre ces informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.] »

Néanmoins jusque-là difficile de trop critiquer l'ANJ, bien que certains jugeront ces recommandations complexes, pléthoriques, kafkaïennes... Le choc de simplification visiblement l'ANJ ne connaît pas, nous en avons déjà parlé dans de nombreux articles. Mais dans le cadre d'un *consument ludique* respectueux du joueur, il est normal de l'informer. Reste à vérifier ce qu'en pensent les intéressés et si ces mesures ne sont pas déjà peu ou prou largement appliquées par les opérateurs. Ce qui les rendraient inutiles, nonobstant qu'elles jettent un doute sur ces entreprises, soupçonnées de vouloir *pigeonner* les joueurs par rétention d'information, y compris quand elles leur font des cadeaux.

Instrumentalisation = Financer des sondages pour justifier des décisions liberticides déjà actées dont les sondages seraient la justification.

Pour essayer de justifier ces mesures l'ANJ - qui n'a pas peur du ridicule - commence par enfoncer des portes ouvertes en annonçant que « les offres commerciales des opérateurs comportant une gratification financière augmente l'attractivité du jeu » Imagine-t-on l'inverse ? Qu'un opérateur lance une opération marketing pour rendre le jeu moins attractif ? Mais cette curieuse rhétorique de l'ANJ qui énonce des truismes, n'est pas si naïve qu'elle en a l'air et nous l'avons déjà dénoncée. Comme elle n'a pas d'argument pour justifier ses mesures liberticides, l'ANJ énonce des tautologies pour ensuite les dénoncer sous le registre du « *il pleut partout où c'est mouillé et c'est un scandale* »

Après ce scoop, l'autorité essaie de trouver des arguments plus « scientifiques » (les guillemets sont de rigueur). Mais là aussi le procédé est spécieux. Le régulateur - *on n'est jamais aussi bien servi que par soi-même* - instrumentalise benoîtement un sondage de l'institut Harris qu'il a financé dans ce but (4) Nous avons déjà parlé des sérieux doutes épistémologiques que nous avons sur ces sondages, dont l'ANJ semble très friande. Et cette boulimie pose déjà question :

Une boulimie de sondages (commandés et financés par l'ANJ toujours au même institut Harris Interactive) qui pose question

1. décembre 2020 : Le jeu d'argent n'est pas un jeu d'enfant : sondage réalisée par Harris Interactive pour

- l'ANJ/UNAF sur le rôle de la famille dans l'initiation des enfants aux jeux d'argent*
2. 18 mars 2021 : sondage Harris Interactive pour l'ANJ : *Les joueurs le deuxième confinement et les risques*
 3. 15 juin 2021 - *Les paris sportifs durant l'Euro de football . sondage Harris Interactive pour ANJ.*
 4. janvier 2022 : *Influence de la publicité et des gratifications financières sur les comportements de jeu ... - sondage Harris interactive pour l'ANJ*
 5. octobre 2022 : *A l'approche de la Coupe du Monde de football, l'ANJ a demandé à Toluna - Harris Interactive d'interroger les Français sur leurs intentions de paris. Sondage réalisée en ligne du 7 au 11 octobre 2022 Échantillon de 1 027 personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.*
 6. Décembre 2022 : *Les publicités sur les paris sportifs durant la Coupe du Monde de football 2022 (décembre 2022, 24 pages) [1] sondage Toluna - Harris Interactive réalisée en ligne du 13 au 15 décembre 2022 par Harris Interactive pour l'ANJ. Échantillon de 1 076 personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.*

Les travaux sociologiques contestent depuis des lustres la scientificité des sondages, leurs résultats parfois totalement contradictoires (confer dans l'encadré ci-dessous deux sondages politiques épinglés par Le Canard Enchaîné) (**)
Chacun sait - ou devrait savoir si les médias faisaient correctement leur travail mais comme ils sont eux-mêmes très friands de sondages on peut comprendre leur mutisme - que fondamentalement un sondage ne mesure pas l'opinion mais pour partie (et même parfois sans doute totalement) produit cette opinion .

(**) Le canard enchaîné a analysé dernièrement (n°5326, 7/I2/2022, page 1 : « une question de confiance ») deux enquêtes sur Emmanuel Macron confortent les critiques des sociologues sur les sondages, les instituts qui les réalisent, les médias qui les commandent et les publient. L'un dans les Échos (1/12) affirme : « sondage exclusif de l'institut ELABE : la cote d'Emmanuel Macron reprend des couleurs » L'autre publié dans le Figaro (1/12) souligne le contraire : « sondage de KANTAR PUBLIC : l'impopularité préoccupante d'Emmanuel Macron ») *L'hebdomadaire du mercredi* précise qu'en analysant ces sondages, des différences encore plus frappantes apparaissent, alors que ces deux études ont été réalisées auprès d'un millier

de français « prétendu représentatifs de la population ». Le *palmipède* donne deux exemples :

- pour le sondage Kantar payé par le Figaro, 28 % des 18-24 ans ont confiance en E. MACRON, pour le sondage Elabe financé par Les Échos : c'est 40%

- pour le I° institut 11% des 18-24 ans font confiance à Élisabeth BORNES, pour le second c'est 25%..... soit plus du double

Certes un organisme - dont curieusement on entend rarement parlé c'est à souligner - surveille les sondages. Mais la récente démission d'Alain GARRIGOU personnalité qualifiée de la Commission Des Sondages (5) - *qu'il accuse d'être « une simple instance de ratification » et « d'énoncer des contre-vérités scientifiques (6) »* - nous invite à rester très vigilant , à poursuivre ce travail critique sur les sondages réalisés par l'ANJ, en prenant le temps de les analyser tous dans le détail (à suivre dans une prochaine contribution)

Sondage d'opinion, sondage politique, sondage sur les pratiques des Français et/ou leurs représentations le problème est le même en réalité. Les critiques des sociologues sont anciennes, multiples , celles de Pierre BOURDIEU sont restés célèbres. Les sondages serviraient plus à faire l'opinion à la modeler en faisant croire qu'on l'a mesurée scientifiquement. C'est la célèbre et scandaleuse phrase : « les Français pensent que... » Ils constitueraient des outils de pression, d'influence au moment de leur médiatisation. S'ajoute à ça de multiples questions : méthodologie, représentativité et taille de l'échantillon, surdétermination du questionnement en utilisant des questions fermées, modes de passation en face à face, par téléphone sur des panels de répondants (parfois rémunérés), ou comme c'est désormais très souvent le cas, en ligne, comme le fait systématiquement Harris Interactive pour l'ANJ. Nous reviendrons dans d'autres contributions sur toutes ces questions, pour voir si les sondages de l'ANJ n'échappent pas à la règle, si la messe n'était déjà dite avant que l'ANJ commande ces sondages, si l'ANJ n'a pas instrumentalisé les résultats de ces « études » afin de justifier ses mesures liberticides et d'en annoncer de nouvelles ? Certes l'affaire est complexe et nous ne sommes pas dans *le secret des Dieux*. Seules les personnes à l'origine de ces sondages connaissent le détail. Mais l'affaire est d'importance. Si ces sondages n'avaient rien de scientifiques, si l'ANJ cherchait peu ou prou à travers ces sondages, non seulement à manipuler l'opinion, les médias, les joueurs, les

opérateurs... mais aussi les responsables politiques, l'affaire serait grave.

En attendant force est de constater que cela fait des mois que l'ANJ multiplie à grand frais des sondages ,pour ensuite avec de gros sabots justifier ses décisions dont les sondages seraient la justification. Voilà comment elle a procédé et a présenté les choses en ce qui concerne les gratifications :

« Les offres commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard comportant une gratification financière attribuée aux joueurs augmente l'attractivité du jeu. Selon une étude Harris interactive, 43% des joueurs déclarent que les bonus les incitent à jouer plus souvent et 38% à prendre davantage de risques .

A aucun moment à l'ANJ ne précise que c'est elle qui a commandé ce sondage et bien entendu elle ne donne aucune information sur l'ensemble du processus (qui a décidé de ce sondage , pourquoi ? réunion de cadrage préalable au sein de l'ANJ, réunions avec Harris Interactive, rédaction du questionnaire, accord de l'ANJ...) transparence nécessaire pour savoir si Harris Interactive a travaillé en toute indépendante méthodologique et scientifique ou si cet institut a subi des conditions et des conditionnements préalables. Par ce procédé et ce manque de transparence, les statistiques produites par un simple sondage se transforment en vérité scientifiques invérifiables, en paroles d'évangile.

Ainsi l' autorité précise que :

- 43% des joueurs déclarent que *les bonus les incitent à jouer plus souvent*
- 38% des joueurs déclarent que *les bonus les incitent à prendre davantage de risques*

En occultant le fait que ces chiffres indiquent à contrario :

- Que 57% des joueurs déclarent que les bonus ne les incitent pas à jouer plus souvent
- Que 62% des joueurs déclarent que les bonus ne les incitent pas à prendre davantage de risques

Mais peu importe à la limite, n'épiloguons pas sur ces chiffres dont nous contestons la scientificité et produits à

travers des questions surdéterminées qui représentaient même parfois de véritables truismes (comme nous l'avons montré précédemment les bonus étaient justement destinés à faire jouer, à augmenter l'attractivité du jeu). N'épiloguons pas sur ces chiffres car nous supposerons que même si les résultats avaient été différents l'ANJ ou Harris Interactive pour l'ANJ auraient mis en exergue le % de joueurs affirmant que *les bonus les invitent à jouer plus souvent ou les incitent à prendre d'avantage de risques.*

Pour justifier ces directives drastiques l'ANJ précise ensuite - mais sans chiffrer et sans autres précisions : *« qu'elle est régulièrement saisie par des joueurs qui se plaignent du manque de clarté de ces offres commerciales qui peut être à l'origine de nombreux litiges. A ce titre, des termes tels que « gratuit » ou « offert » peuvent être souvent employés à tort. »*

Le régulateur a pourtant un médiateur qui rédige un rapport annuel. Il aurait pu produire quelques statistiques pour chiffrer ces réclamations , le nombre de litiges réglés afin que chacun apprécie si les opérateurs sournois utilisent vraiment ces offres commerciales pour duper les joueurs dans les grandes largeurs. On voit pas trop qu'elles seraient leurs intérêts. Véloces, souvent jeunes, multi connectés, habitués à surfer sur internet depuis leur ordinateur ou leur téléphone portable, les joueurs en ligne - *qui ont parfois plusieurs comptes joueurs (les joueurs ont en moyenne 1,2 comptes joueurs Source ANJ 2023 (7).)*- ont vite fait de passer à la concurrence, s'ils ne sont pas satisfaits ou ont le sentiment de se faire pigeonner.

**En se situant sur le registre d'une morale
« raisonnable » totalement subjective l'ANJ pourra
désormais qualifier d'irraisonnable, l'offre d'un opérateur
en matière de bonus.**

Mais dans sa « guerre » contre les jeux d'argent en général et les paris sportifs en particulier, l'ANJ ne s'arrête pas là. Elle envoie dans un deuxième temps une nouvelle salve de mesures liberticides visant à restreindre, limiter - *l'anj emploie l'euphémisme modérer* - les offres commerciales comportant une gratification financière.

Le régulateur sort clairement de son rôle de gendarme des jeux, pour intervenir dans la relation commerciale opérateur/joueur. Bien évidemment l'ANJ met en avant - comme elle le

fait à chaque fois - son unique argument : « *la protection des personnes présentant des problèmes de jeu excessif ou pathologique.* » C'est à dire 1 à 3% des joueurs selon la fourchette - un vrai râteau que nous contestons et qui fait débat depuis des lustres dans la communauté scientifique - établie par la doxa du jeu pathologie sur le registre du « *on est jamais aussi bien servi que par soi-même* » en matière de statistiques.

Pour soi-disant protéger une infime partie des gamblers, 99% des autres joueurs seront peu ou prou pénalisés par ces mesures draconiennes qui peuvent sérieusement restreindre la volonté des opérateurs d'offrir des gratifications à leurs clients.

Mais l'ANJ ne s'arrête pas là. Elle devient plus directive et précise que les opérateurs « doivent » :

1. « *Veiller à ne pas proposer d'offre commerciale comportant une gratification financière aux personnes identifiées comme ayant potentiellement un jeu excessif ou pathologique ;*
2. *Faire preuve d'une vigilance particulière à l'égard des personnes ayant bénéficié récemment d'une mesure d'auto-exclusion ou d'une interdiction de jeu ;*
3. *Éviter toute allégation faisant état d'une prétendue absence de risque du fait de la gratification ;*
4. *Veiller à ce que les offres soient raisonnables en termes de volume, de fréquence et de montant. «*

Si toutes ces recommandations apparaissent surréalistes, la 4^o mesure apparaît particulièrement subjective . Qu'est-ce qu'une offre « raisonnable » en terme de volume, de fréquence, de montant ? Personne ne peut naturellement le définir objectivement. En se situant sur le registre d'une morale raisonnable totalement subjective, l'ANJ pourra qualifier - comme elle le souhaite quand elle le souhaite - d'*irraisonnable*, l'offre d'un opérateur en matière de bonus. Une offre promotionnelle ponctuelle considérée comme « généreuse » « intéressante » par les joueurs, « nécessaire » par l'opérateur dans le cas d'une stratégie de conquête, pourra *ipso facto* se transformer en offre non raisonnable par l'ANJ. Les dés sont pipés dès le départ.

Pour conclure l'autorité de régulation en rajoute une couche pour avec 4 nouvelles recommandations très liberticides qui montrent notamment que l'ANJ sait-elle ce qu'est une offre « raisonnable » !

L'ANJ recommande aux opérateurs de :

1. « s'abstenir de proposer des offres commerciales de bienvenue comportant une ou plusieurs gratifications financières d'un montant global supérieur à 100€ ;
2. rééquilibrer les offres commerciales et les programmes de fidélisation en faveur de mécanismes promotionnels moins liés au niveau d'intensité de jeu (volume, fréquence, durée de jeu) des joueurs auxquels elles sont proposées ;
3. limiter les offres commerciales comportant une gratification financière dites de « parrainage » à 5 parrainages par an ;
4. D'intégrer au modérateur de publicité dont l'ANJ a recommandé la mise en place en matière de communications commerciales, la possibilité pour le joueur de définir le nombre, la fréquence et le type de notifications relatives aux gratifications financières qui peuvent lui être envoyées. »

De l'ARJEL à l'ANJ = le chemin liberticide impressionnant parcouru en dix ans.

La messe est dite avec ces 4 nouvelles mesures qui règlementent dans un carcan chiffré totalement subjectif : offres de bienvenues, parrainage, bonus et autres *freebets*. Ce consumérisme punitif hors sol, antinomique avec une relation client dynamique, va pourrir la vie commerciale des opérateurs, méconter les joueurs qui adorent logiquement les gros bonus :

1. De fait pour l'ANJ les offres commerciales de bienvenue ne doivent pas être supérieures à 100 euros. Pourquoi pas 50, 150, 200 ? nous ne le saurons jamais. Une décision « techno » liberticide qui interfère dans la relation client de manière totalement subjective. Ce n'est pas la première fois que l'autorité de régulation impose une restriction aux bonus d'accueil. Il faut relire l'article du site Jeu légal France du 3 novembre 2011 (confer annexe 4) pour mesurer le chemin liberticide parcouru en dix ans. Suite à une décision de collège l'Autorité de Régulation des Jeux En Ligne (ARJEL) du 27 octobre 2011, l'opérateur Pokerextrem a été obligé de modifier son bonus de bienvenu en le plafonnant à 500€ au lieu de..... 2000€ auparavant. Comme on le constate la tentation liberticide est sans fin. Un jour

prochain l'ANJ sous l'influence de la *doxa* du jeu pathologie maladie, de médecins, d'influenceurs ou celle d'associations familiales anti jeu, pourra décréter que les bonus et autres offres de bienvenue doivent être totalement prohibées car elles font du prosélytisme ludique, « *augmentent l'attractivité du jeu* », « *incitent les Français à ouvrir des comptes joueurs* ». C'est pour cela que nous avons nommé notre premier article la *tentation liberticide de l'ANJ*. On commence par restreindre, on finira par interdire. Ceux qui ont les « pleins pouvoirs » ont toujours agi ainsi

2. L'ANJ précise ensuite que les programmes de *fidélisation* qui récompensent logiquement les joueurs fidèles, les bons et les gros clients doivent être « rééquilibrés ». Elle ne dit pas comment mais ne va pas jusqu'à proposer de récompenser les petits clients
3. De fait les gratifications financières de « parrainage » sont strictement limités à 5 par an par l'ANJ (pourquoi pas 2, 10, 20 ? nous ne le saurons jamais)
4. La 4^o et dernière « recommandation » (obligation ?) apparaît la plus surréaliste. C'est le joueur lui-même qui peut désormais définir - dans le « modérateur de publicité » - le nombre, la fréquence et le type de notifications relatives aux gratifications financières qu'il souhaite recevoir. Mesure liberticide typique d'un consumérisme punitif qui enlève toute liberté à l'opérateur, même celle d'annoncer au joueur une bonne nouvelle, le fait qu'il bénéficie d'un bonus ou d'une promotion. Passe encore que l'ANJ ait mise en place « un modérateur de publicité » qui pose déjà question mais en plus obliger l'opérateur à demander au joueur dans le détail le nombre, la fréquence et le type de notifications relatives aux gratifications financières qu'il souhaite recevoir apparaît ubuesque. On imagine le dialogue surréaliste opérateur /joueur : « *excusez-moi de vous déranger cher client , m'autorisez-vous à vous informer... que vous pouvez bénéficier d'un bonus de 100 euros ?* » Tout cela laisse pantois et pourrait faire sourire sauf que c'est très sérieux. Cela montre jusqu'où peut aller désormais, un principe de précaution poussé à l'excès, dans une sorte de délire bureaucratique & réglementaire liberticide inquiétant.

Le « syndrome WINAMAX » = Les opérateurs pieds et poings liés en matière gratifications financières de peur de voir leur plan promotionnel annuel retoqué par l'ANJ, pire dans la crainte de perdre leur accréditation.

Au final même si l'ANJ emploie un ton doucereux et parle de « recommandations », il s'agit de mesures liberticides qui pourront être lourdes de conséquences pour les opérateurs et ou les joueurs seront les grands perdants.

Pour bien enfoncer le clou et montrer qui est le patron du jeu en France l'autorité se fait en conclusion plus menaçante : « L'ANJ souligne que le caractère raisonnable de ces offres de bienvenue ou de fidélisation fera l'objet d'une attention particulière de sa part à l'occasion de l'examen annuel des stratégies promotionnelles des opérateurs et de leurs plans d'actions en vue de prévenir le jeu excessif. »

Autant dire que les 17 opérateurs de jeux en ligne qui exploitent les paris sportifs sur internet particulièrement visés par ces nouvelles mesures, les 6 qui vendent des paris hippiques, les 7 qui commercialisent du poker et des jeux de cercle sont désormais pieds et poings liés en matière gratifications de peur de voir leur plan promotionnel annuel retoqué par l'ANJ, pire dans la crainte de perdre leur accréditation. Le « syndrome WINAMAX » qui a vu sa publicité censurée risque de contaminer tous les opérateurs.

Les multiples contradictions, aberrations d'une politique des jeux sanitaire et liberticide que l'ANJ impose à la France

Et l'affaire est loin d'être terminée. Au moment où nous mettons sous presse cet article, l'ANJ vient de publier à la une de son site les résultats chiffrés de la Coupe du Monde de football 2022 en matière de paris sportifs (8) accompagnés comme par hasard d'un nouveau sondage Harris Interactive sur les publicités sur les paris sur le sport pendant l'événement du Qatar (9) et d'une kyrielle (10) (11) (12) d'anciennes publications de la doxa du jeu pathologie maladie - signées **Jean Michel COSTES** (membre du collège de l'ANJ comme par hasard pour la plus longue durée, longtemps responsable de l'Observatoire des drogues, ensuite après été viré de

l'observatoire des drogues par Etienne APAIRE, longtemps responsable de l' Observatoire des jeux crée par JP Martignoni-Hutin (sociologue, Lyon) Christian Bucher (psychiatre Strasbourg), Marc Valeur (psychiatre, directeur du centre médical Marmottan à Paris,), Matthieu Vincent Beustar (avocat Paris) , OFDT, Sante Publique France, Observatoires des jeux - qui enfoncent le clou en matière de jeu problématique, d'addictions nouvelle pandémie post Covid. A la fin de cette publication Isabelle FAULQUE PIERROTIN précise :

*« Le dispositif de régulation mis en place par l'ANJ à l'approche de la Coupe du Monde a permis, avec les outils dont elle disposait, de contenir la pression publicitaire et les opérateurs ont globalement joué le jeu. Néanmoins, cette pression reste forte et préoccupe le régulateur, dans un contexte où les dernières études de l'OFDT montrent une augmentation du jeu excessif L'ANJ réfléchit donc à **des mesures complémentaires** qu'elle proposera dans les prochains mois aux pouvoirs publics, **pour renforcer l'encadrement de la publicité pour les jeux d'argent.** » (.)*

A suivre dans notre prochain article. Mais nous le constatons dès à présent le scandale est total, l'ANJ - sous la domination de la doxa du jeu pathologie qui a construit une belle usine à gaz avec le jeu compulsif - pense déjà à de nouvelles mesures liberticides contre la publicité pour les JHA. Comme nous l'avons souvent écrit, le principe d'une usine à gaz c'est que sa construction n'est jamais terminée. La doxa du jeu pathologie maladie, certains addictologues, psychiatres, psychologues, thérapeutes, médecins, praticiens (confer citation de Guy CARCASSONNE ci-dessous) proposeront toujours de nouvelles tuyauteries pour **limiter, restreindre, interdire..prohiber, soigner**. Nous consacrerons prochainement un article spécifique à cette publication des résultats de la coupe du monde, qui montre à nouveau toute l'ambivalence mais surtout les multiples contradictions, aberrations de la *politique des jeux sanitaire et liberticide* que l'ANJ impose à la France, aux opérateurs, aux joueurs et l'antinomie fondamentale que représente à terme *cette politique du « en même temps »* adaptée à ce secteur économique. Grand écart improbable, quadrature du cercle incertaine pour l'avenir, aux antipodes d'une Politique Nationale des jeux, ambitieuse, respectueuse de tous les acteurs du champ ludique, en premier lieu les millions de joueurs mais aussi les opérateurs, les nombreux personnels qui travaillent dans le jeu et l'ensemble des commerces, structures, organismes, entités, filières qui bénéficient de la manne ludique.

« autre idée reçue selon laquelle le joueur cherche d'abord à perdre. Quoi

que très répandue, on ne lui connaît par d'autres sources qu'une psychanalyse à la hache. Qu'elle vienne de praticiens tout à fait étrangers au jeu et n'y comprenant rien ou qui, joueurs eux-mêmes, peinent à l'assumer, ou encore d'analystes qui n'ont été confrontés qu'à de vrais malades ou qui se craignent tels, elle est tout simplement absurde » (Guy CARCASSONNE (1), « De quelques mystères du jeu » ; Pouvoirs, revue française d'études constitutionnelles et politiques, « les jeux d'argent », n°139, 2011, p.15-23, citation page 21)

- Jean-Pierre G. MARTIGNONI-HUTIN, Février 2022

Prochain article = HARO SUR LES JEUX DE HASARD & D'ARGENT (III) = Troisième Partie = Haro sur la publicité pour les jeux d'argent

Notes=

1. Guy CARCASSONNE Professeur de droit public, Université Paris Ouest Nanterre la défense, membre du comité de rédaction de la revue POUVOIRS revue française d'études constitutionnelles et politiques, «
2. Nous avons également publié un article. dans ce numéro spécial de la Revue POUVOIRS consacré. Aux jeux d'argent, auquel Guy CARCASSONNE fait référence dans cette citation = JP Martignoni-Hutin "Une sociologie du gambling contemporain", Pouvoirs, revue française d'études constitutionnelles et politiques, « les jeux d'argent », n°139, 2011, p.51-64.
3. « Gratification financière et jeux d'argent : l'ANJ présente ses lignes directrices et recommandations » (site de l'ANJ , actualités 27/IO/2022, 3 pages) confer ANNEXE 1 = Pour approfondir = - « Communication 2022-C-003 du 20 octobre 2022 portant adoption des lignes directrices et recommandations relatives aux offres commerciales des opérateurs de

- jeux d'argent et de hasard comportant une gratification financière » (ANJ 2022
4. Étude Harris interactive réalisée en novembre 2021 auprès d'un panel représentatif de 2231 Français âgés de 18 ans et plus. (ANJ, Harris interactive pages, date)
 5. *Dernier rapport de la Commission des sondages : Rapport d'activité 2022, Élection présidentielle et élections législatives (Mme Aubin, Présidente, M. Hoynck, Secrétaire général) (janvier 2023, 30 pages)*
 6. Le Canard enchaîné (« La bête noire des sondeurs voit rouge », 18/01/2023, n° 5332, page 3, JC)
 7. Communiqué de l'anj : Coupe du Monde de Football 2022 et paris sportifs : l'ANJ présente le bilan de la compétition (1/2/2023, 4 pages)
 8. Communiqué de l'anj : Coupe du Monde de Football 2022 et paris sportifs : l'ANJ présente le bilan de la compétition (1/2/2023, 4 pages)
 9. *Les publicités sur les paris sportifs durant la Coupe du Monde de football 2022 (décembre 2022, 24 pages)*
[1] Enquête Toluna - Harris Interactive réalisée en ligne du 13 au 15 décembre 2022 par Harris Interactive pour l'ANJ. Échantillon de 1 076 personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.
 10. Communiqué de presse 30 juin 2020 JEUX D'ARGENT ET DE HASARD DANS LE BAROMETRE DE SANTE PUBLIQUE FRANCE 2019 : DESCRIPTION DES JOUEURS, DES PRATIQUES ET DES PROBLÈMES EN POPULATION ADULTE : La part des Français qui jouent aux JAH est en recul par rapport à 2014 mais on observe une progression du jeu problématique (3 pages , 30 juin 2020, **OFTD,ODJ,SANTE PUBLIQUE France**)
 11. *Les Français et les jeux d'argent et de hasard* Résultats du Baromètre de Santé publique France 2019, Tendances n°138, 6 pages, juin 2020. 6 pages) **Jean-Michel Costes, (actuellement membre du collège de l'ANJ, longtemps responsable de l' Observatoire des jeux et de l' Observatoire des drogues)** Jean-Baptiste Richard, Vincent Eroukmanoff, Olivier Le Nézet, Antoine Philippon (document joint)
 12. *Les problèmes liés aux jeux d'argent et de hasard en France, en 2019* Résultats du Baromètre de Santé publique France. Note de l'Observatoire des jeux n°12, 7 pages, 2020. **Jean-Michel Costes, (membre du collège de l'ANJ longtemps responsable de l' Observatoire des jeux et de l' Observatoire des drogues)** Jean-Baptiste Richard, Vincent Eroukmanoff

© Jean-Pierre martignoni, février 2023, université lumière lyon II , centre max weber (cmw) équipe TIPO, MSH, lyon, France.

ANNEXES =

1. Annexe 1 =« Gratification financière et jeux d'argent : l'ANJ présente ses lignes directrices et recommandations » (site de l'ANJ , actualités 27/IO/2022, 3 pages)
2. Annexe 2 = Liste des 17 Opérateurs agréés par l'ANJ pour exploiter des jeux d'argent sur internet (paris sportifs, hippiques ou poker) (en novembre 2022)
3. Annexe 3 = Nombre d'opérateurs par catégorie de jeux
4. ANNEXE 4 = POKERXTREM CHANGE SON BONUS SUITE À LA DÉCISION DE L'ARJEL = Suite à la décision de l'ARJEL du 27 octobre 2011, PokerXtrem a modifié son bonus de bienvenue dès le 1er novembre en le plafonnant à 500€ au lieu des 2000€ auparavant. (jeu légal France 3 nov 2011)
5. ANNEXE 5 = L'ANJ recommande aux opérateurs d'éviter les bonus de bienvenue supérieurs à 100 euros (club poker 31/IO 2022, super caddy
6. ANNEXE 6 = Jeux : bonus et gratifications financières sous surveillance = L'Autorité nationale des jeux (ANJ) appelle les opérateurs français à faire preuve de responsabilité alors que la Coupe du Monde de Football se profile...(sylvain Copier , Paris Turf, 27/IO/2022

Annexe 1 =« Gratification financière et jeux d'argent : l'ANJ présente ses lignes directrices et recommandations » (site de l'ANJ , actualités 27/IO/2022, 3 pages)

En février 2022, l'ANJ présentait des lignes directrices et des recommandations relatives à la publicité pour les jeux d'argent. Aujourd'hui, elle publie celles concernant plus particulièrement les offres commerciales comportant une gratification financière (offres de bienvenue, bonus ou freebets). À moins d'un mois de l'ouverture de la Coupe du

Monde de football, l'ANJ souhaite ainsi améliorer la transparence de ces pratiques et les modérer pour protéger les joueurs à risque.

Les offres commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard comportant une gratification financière attribuée aux joueurs augmente l'attractivité du jeu. Selon une étude Harris interactive, 43% des joueurs déclarent que les bonus les incitent à jouer plus souvent et 38% à prendre davantage de risques [i].

Ces offres commerciales peuvent prendre des formes diverses : abondement du solde du compte, de la mise du joueur, ou du gain par exemple.

Lors de l'élaboration des lignes directrices portant sur le contenu des messages publicitaires et des recommandations relatives à leur volume, l'ANJ avait considéré que le sujet particulier des offres commerciales comportant une gratification financière devait faire l'objet de lignes directrices et recommandations spécifiques.

Les lignes directrices adoptées le 20 octobre 2022 précisent son interprétation des règles existantes en la matière et les recommandations constituent de bonnes pratiques que les opérateurs sont invités à mettre en œuvre (Communication 2022-C-003 du 20 octobre 2022). Elles poursuivent les unes et les autres un double objectif : améliorer la transparence des offres commerciales comportant une gratification commerciale et les modérer pour prévenir et limiter les pratiques de jeu excessives ou pathologiques.

1. Améliorer la transparence des offres commerciales comportant une gratification commerciale

L'ANJ est régulièrement saisie par des joueurs qui se plaignent du manque de clarté de ces offres commerciales qui peut d'ailleurs être à l'origine de nombreux litiges. A ce titre, des termes tels que « gratuit » ou « offert » peuvent être souvent employés à tort.

- Faire figurer, sur le même support que l'offre de gratification financière, les informations substantielles [ii] nécessaires à sa bonne compréhension et dont l'absence pourrait tromper le consommateur :
 - sa durée, lorsqu'elle n'est valable que temporairement ;
 - si l'offre est gratuite ou si elle est soumise à un achat préalable ;
 - la nature de la gratification (par exemple : argent réel pouvant être retiré par le joueur, crédits de jeux devant être joués) ;

- l'étendue de la gratification, notamment si son montant est fixe ou en réalité variable ;
- les autres conditions nécessaires pour bénéficier de l'offre (par exemple : faire un dépôt ou avoir perdu son pari).

- Rédiger de façon lisible et compréhensible le règlement complet de l'offre de gratification financière et le mettre à disposition sur un support aisément accessible.

L'ANJ recommande par ailleurs aux opérateurs de :

- illustrer par des exemples concrets les différentes hypothèses d'obtention de la gratification financière promise et les montants réels que le joueur peut espérer recevoir ;
- proposer un outil de simulation permettant au joueur de cerner les hypothèses, conditions et modalités d'obtention de la gratification ainsi que son montant exact au regard, le cas échéant, de son niveau de mise.

2. Modérer les offres commerciales comportant une gratification financière

L'ANJ entend veiller à ce que des offres commerciales comportant une gratification financière ne viennent aggraver la situation des personnes présentant des problèmes de jeu excessif ou pathologique. C'est pourquoi les opérateurs doivent :

- Veiller à ne pas proposer d'offre commerciale comportant une gratification financière aux personnes identifiées comme ayant potentiellement un jeu excessif ou pathologique ;
- Faire preuve d'une vigilance particulière à l'égard des personnes ayant bénéficié récemment d'une mesure d'auto-exclusion ou d'une interdiction de jeu ;
- Éviter toute allégation faisant état d'une prétendue absence de risque du fait de la gratification ;
- Veiller à ce que les offres soient raisonnables en termes de volume, de fréquence et de montant.

L'ANJ souligne que le caractère raisonnable de ces offres de bienvenue ou de fidélisation fera l'objet d'une attention particulière de sa part à l'occasion de l'examen annuel des stratégies promotionnelles des opérateurs et de leurs plans d'actions en vue de prévenir le jeu excessif.

L'ANJ recommande par ailleurs aux opérateurs de :

- s'abstenir de proposer des offres commerciales de bienvenue comportant une ou plusieurs gratifications financières d'un montant global supérieur à 100€ ;
- rééquilibrer les offres commerciales et les programmes de fidélisation en faveur de mécanismes promotionnels moins liés au niveau d'intensité de jeu (volume, fréquence, durée de jeu) des joueurs auxquels elles sont proposées ;
- limiter les offres commerciales comportant une gratification financière dites de « parrainage » à 5 parrainages par an ;
- intégrer au modérateur de publicité dont l'ANJ a recommandé la mise en place en matière de communications commerciales, la possibilité pour le joueur de définir le nombre, la fréquence et le type de notifications relatives aux gratifications financières qui peuvent lui être envoyées.

[i] Étude Harris interactive réalisée en novembre 2021 auprès d'un panel représentatif de 2231 Français âgés de 18 ans et plus.

[ii] la détermination des informations substantielles devant figurer sur le support d'une offre et l'appréciation du caractère éventuellement trompeur de leur omission doivent être réalisées en fonction des circonstances et en tenant compte des limites d'espace et de temps propres au moyen de communication utilisé, ainsi que de toute mesure effectivement prise par l'opérateur pour mettre ces informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.]

Approfondir

- Communication 2022-C-003 du 20 octobre 2022 portant adoption des lignes directrices et recommandations relatives aux offres commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard comportant une gratification financière

Annexe 2 = Liste des 17 Opérateurs agréés par l'ANJ pour exploiter des jeux d'argent sur internet (paris sportifs, hippiques ou poker) (novembre 2022

1. BCFR1, Nom du site : partouchesport.fr,
Catégorie : Paris sportifs

2. BCFR2, Nom du site : barrierebet.fr,
Catégorie : Paris sportifs

3. B.E.S. SAS, Nom des sites : bwin.fr -
partypoker.fr, Catégories : Paris sportifs - Jeux
de cercle

4. Betcllic Enterprises Limited, Nom du
site : betcllic.fr, Catégories : Paris sportifs -
Paris hippiques - Jeux de cercle

5. Feeling Publishing, Nom du site :
feelingbet.fr, Catégorie : Paris sportifs

6. GENYBET, Nom du site : genybet.fr,
Catégories : Paris sportifs - Paris hippiques,

7. GM GAMING LIMITED, Nom du
site : betway.fr, Catégorie : Paris sportifs

8. Joabet, Nom des sites : joa-online.fr -
joabet.fr, Catégorie : Paris sportifs

9. La Française des Jeux, Nom des
sites : parionsweb.fr - parionsweb.fdj.fr -
enligne.parionssport.fdj.fr, Catégorie : Paris
Sportifs - Jeux de cercle

10. Netbet FR SAS, Nom des
sites : netbet.fr - netbetsport.fr
Catégorie : Paris sportifs

11. Pari Mutuel Urbain, Nom du
site : pmu.fr, Catégories : Paris sportifs - Paris
hippiques - Jeux de cercle

12. Reel Malta Limited, Nom des
sites : pokerstars.f, pokerstarsmobile.fr -
betstars.fr - pokerstarssports.fr,
Catégories : paris sportifs - Jeux de cercle

13. Sportnco Gaming SAS, Nom des
sites : france-pari.fr - feelingbet.fr,
Catégories : Paris Sportifs - Paris Hippiques

14. SPS Betting France Limited, Nom du
site : unibet.fr
Catégories : Paris sportifs - Paris hippiques -
Jeux de cercle

15. VBET France, Nom du site : vbet.fr,
Catégories : Paris sportifs

16. Winamax, Nom du site : winamax.fr,
Catégories : Paris sportifs - Jeux de cercle,

17. Zeturf France Limited, Nom des
sites : zeturf.fr - zebet.f, Catégories : Paris
sportifs - Paris hippiques

**Annexe 3 = Nombre d'opérateurs par catégories de jeux
exploités**

- Paris sportifs : 17 opérateurs
- Paris hippiques : 6 opérateurs

- Jeux de cercle, poker... : 7 opérateurs

ANNEXE 4 = POKERXTREM CHANGE SON BONUS SUITE À LA DÉCISION DE L'ARJEL = Suite à la décision de l'ARJEL du 27 octobre 2011, PokerXtrem a modifié son bonus de bienvenue dès le 1er novembre en le plafonnant à 500€ au lieu des 2000€ auparavant. (jeu légal France 3 nov 2011)

Lors de son collègue du 27 octobre 2011, l'Autorité de Régulation des Jeux En Ligne (ARJEL) a décidé d'imposer des limites aux gratifications financières offertes par les sites de poker en ligne.

L'ARJEL a donc décidé que toute offre commerciale proposée par un opérateur de jeux de cercle en ligne comportant une gratification financière des joueurs doit obéir aux conditions suivantes :

- le montant de la gratification financière offerte à un nouveau joueur lors de son inscription est plafonné à 100% du dépôt dans la limite de 500 euros ;
- la caducité d'une gratification financière offerte au joueur à titre commercial ne doit pas intervenir avant l'expiration d'un délai minimum de 90 jours ; ce délai court à compter de l'attribution de ladite gratification ;
- le nombre de nouveaux joueurs pouvant être parrainés sur un site par un joueur inscrit sur ce même site est limité à 5 par mois ;
- les gratifications financières offertes aux fins de compensation de pertes subies par un joueur sont interdites.

Ces nouvelles conditions imposées par l'ARJEL s'appliqueront aux gratifications financières accordées à compter du 1er janvier 2012 mais PokerXtrem a choisi de plafonner immédiatement son bonus de bienvenue à 500€ au lieu de 2000€ auparavant.

ANNEXE 5 = L'ANJ recommande aux opérateurs d'éviter les bonus de bienvenue supérieurs à 100 euros (club poker 31/IO 2022, super caddy

Dans une communication relative aux "*gratifications financières*", le régulateur précise son interprétation des règles existantes et formule des recommandations à l'attention des opérateurs de jeux en ligne. Parmi elles, on retiendra notamment la suivante : "*s'abstenir de proposer des offres commerciales de bienvenue comportant une ou plusieurs gratifications financières d'un montant global supérieur à 100 €*".

**ANNEXE 6 = Jeux : bonus et gratifications financières
sous surveillance = L'Autorité nationale des jeux (ANJ)
appelle les opérateurs français à faire preuve de
responsabilité alors que la Coupe du Monde de Football se
profile... (sylvain Copier , Paris Turf, 27/10/2022)**

Un mois avant le lancement de la Coupe du Monde de Football du Qatar, ce jeudi, l'Autorité nationale des jeux (ANJ) a publié une liste de recommandations aux différents opérateurs afin de l'épauler dans sa mission de lutte contre l'addiction aux jeux. Dans l'œil du viseur du régulateur, les bonus et les gratifications financières dont certaines mécaniques ont tendance d'augmenter l'attractivité du jeu" d'après l'ANJ à "augmenter l'attractivité du jeu". Ainsi, selon une étude Harris interactive, 43 % des joueurs déclarent que les bonus les incitent à jouer plus souvent et 38 % à prendre davantage de risques. Il est vrai que tous secteurs confondus (seuls les paris hippiques, sportifs et poker étant autorisés sur internet en France), les opérateurs rivalisent de plus en plus d'éléments incitatifs pour tenter de garder l'attention des joueurs en alerte. Dans la note qu'elle a diffusée l'ANJ préconise que les opérateurs expliquent déjà mieux leurs offres (certaines sont en effet carrément incompréhensibles), qu'elles soient claires sur ce que les clients peuvent toucher (comme par exemple des rétributions qui doivent être obligatoirement rejouées pour être gagnées), et que les opérateurs se montrent vigilants à ne pas "pousser" des offres à des personnes à risques. En outre, à travers ses recommandations, l'ANJ met l'accent sur les quatre points suivants pour les opérateurs :

- S'abstenir de proposer des offres commerciales de bienvenue comportant une ou plusieurs gratifications financières d'un montant global supérieur à 100€ ;

- Rééquilibrer les offres commerciales et les programmes de fidélisation en faveur de mécanismes promotionnels moins liés au niveau d'intensité de jeu (volume, fréquence, durée de jeu) des joueurs auxquels elles sont proposées ;

- Limiter les offres commerciales comportant une gratification financière dites de "parrainage" à 5 parrainages par an ;

- Intégrer au modérateur de publicité dont l'ANJ a recommandé la mise en place en matière de communications commerciales, la possibilité pour le joueur de définir le nombre, la fréquence et le type de notifications relatives aux gratifications financières qui peuvent lui être envoyées.

La dernière Coupe du Monde de 2018 remportée par l'équipe de France avait vu 382 millions d'euros être misés sur internet sur les 64 matchs, avec près de 825 000 comptes ouverts pendant la compétition (soit un quart du total des ouvertures de l'année 2018). Les enjeux en vue de conquérir des parts de marché sont colossaux, raison pour laquelle l'ANJ prend les devants en alertant les opérateurs. Une chose est sûre en tout cas, comme toujours lors de ce type de compétitions, il faut s'attendre à des impacts négatifs sur les enjeux des paris hippiques